

Специалисты из Калифорнийского университета провели "эксперимент не для слабонервных" и нашли "слабое звено" спамерского маркетинга, рапортует The New York Times. О своем открытии они доложат во вторник на ежегодном симпозиуме в Окленде, Калифорния.

"В конечном итоге спам - это рекламный бизнес. А он имеет смысл только в том случае, если вы в состоянии найти способ забрать у людей деньги. Стало быть, кредитные карты", - рассуждает доктор Стефан Севедж. В течение трех месяцев группа экспертов, отключив любые карантины и фильтры, принимала весь возможный спам и при помощи кредитных карт "систематически совершала покупки на сайтах, рекламируемых в сообщениях". Всего было сделано около 120 покупок на несколько тысяч долларов.

В результате эксперимента было установлено, что 95% транзакций проводятся всего через 3 финансовых компании - в Азербайджане, Дании и в Невисе (Вест-Индия). Таким образом, проблема сводится к тому, чтобы заставить эти банки отказаться от сотрудничества с "сомнительными продавцами" и затем поддерживать черные списки в актуальном состоянии, что "относительно несложно". "Сторона защиты, в принципе, может выявлять используемые жуликами банки гораздо быстрее, чем те будут находить новые банки, и притом практически бесплатно", - убежден Севедж.

В поле зрения компьютерщиков попала компания Pharmacy Express - часть базирующейся в России маркетинговой группы Mailien. Принадлежащая ей страничка "Viagra Official Site" функционировала по следующей схеме: домен был зарегистрирован в России, сервер находился в Китае, прокси-сервер - в Бразилии, а при совершении покупки клиента через компьютер на территории Турции перенаправляли на сайт азербайджанского акционерно-инвестиционного банка Azerigazbank. Сами лекарства высылались производителем из Индии. "Именно банковский компонент стоимостной цепи спама хуже всего исследован и, по нашему мнению, наиболее критичен", - заключают эксперты.

Джон Маркофф
The New York Times
По материалам: InoPressa.ru